

**PENGARUH ATLET SELEBRITI ENDORSER TERHADAP  
NIAT BELI KONSUMEN:  
PENGUJIAN VARIABEL *BRAND ATTITUDE* SEBAGAI  
VARIABEL PEMEDIASI**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi  
(S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh :

**Daniel Andy Setiawan**

**NPM : 12 03 19789**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2016**

## SKRIPSI

### **PENGARUH ATLET SELEBRITI ENDORSER TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN: PENGUJIAN VARIABEL *BRAND ATTITUDE* SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh:**

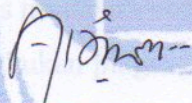
**Daniel Andy Setiawan**

**NPM : 12 03 19789**

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 8 September 2016  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi  
(S1) Program Studi Manajemen

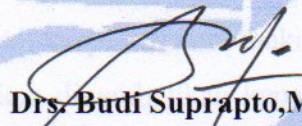
#### **SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



**Dr. J. Ellyawati, MM.**

**Anggota Panitia Penguji**

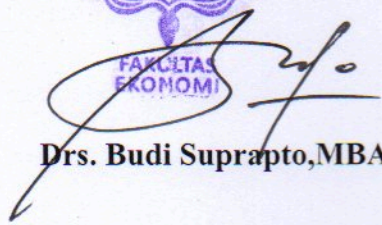


**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**



**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

**Yogyakarta, 8 September 2016**  
**Dekan Fakultas Ekonomi**  
**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**



**SKRIPSI**

**PENGARUH ATLET SELEBRITI ENDORSER TERHADAP  
NIAT BELI KONSUMEN:  
PENGUJIAN VARIABEL *BRAND ATTITUDE* SEBAGAI  
VARIABEL PEMEDIASI**

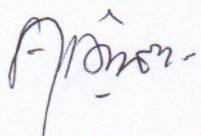
**Disusun Oleh:**

**Daniel Andy Setiawan**

**NPM: 12 03 19789**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Dr.J.Ellyawati, MM.**

**16 Mei 2016**



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

### **PENGARUH ATLET SELEBRITI ENDORSER TERHADAP**

#### **NIAT BELI KONSUMEN:**

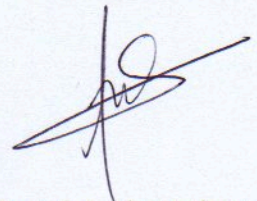
### **PENGUJIAN VARIABEL *BRAND ATTITUDE* SEBAGAI**

#### **VARIABEL PEMEDIASI**

benar-benar hasil karya sendiri. Kutipan dan pernyataan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan orang lain dinyatakan secara tertulis dalam karya tulis ini dalam bentuk daftar pustaka. Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruh karya tulis ini, maka saya bersedia melepaskan gelar yang saya peroleh dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Mei 2016

Yang menyatakan



Daniel Andy Setiawan

## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SI) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari beberapa pihak yang bersifat langsung maupun tidak langsung, skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu membimbing, memberikan kekuatan, serta memberkati penulis sehingga memampukan penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.
2. Keluargaku terutama Papi dan Mami serta saudara-saudara perempuanku yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat, serta dukungan material maupun spiritual untuk keberhasilan penulis dalam penulisan skripsi sehingga penulis dapat mencapai gelar S1.
3. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM. selaku dosen pembimbing yang selama ini telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan, serta saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.
4. Rektor beserta Dekan, Dosen dan karyawan bagian akademik, tata usaha, bagian pengajaran, serta unit perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan pelayanan kepada penulis untuk memperoleh pengetahuan yang lebih baik.

5. Kekasihku, Angelika Sesianana yang selalu memberikan doa, saran, dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi.
6. Semua teman-teman kelas J, Parade, Vandro, Vandre, Michael, Herry, Dani, Ewang, Rio, Ahok, Yongky, Anita, Novan, Intan, Vera, Jeje, teman KKN, Imma, Dika, Nanta, Toni, Doni, Claudia, Felix, Ita, dan semua teman kakak tingkat maupun adik tingkat di FE. Terima kasih atas perhatian, canda tawa, doa, bantuan, serta dukungannya selama berproses di kampus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah berpartisipasi dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi terciptanya kesempurnaan skripsi ini agar dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 16 Mei 2016

Penulis,

Daniel Andy Setiawan



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran .....	xi
Abstrak .....	xii
 BAB I PENDAHULUAN .....	 1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.5. Batasan Penelitian.....	9
1.6. Definisi Operasional .....	9
 BAB II LANDASAN TEORI .....	 11
2.1. Latar Belakang Teori .....	11
2.1.1. Definisi Daya Tarik ( <i>Attractiveness</i> ) Atlet Selebriti Endorser .....	11
2.1.2. Definisi Keahlian ( <i>Expertise</i> ) Atlet Selebriti Endorser .....	12
2.1.3. Definisi Kepercayaan ( <i>Trustworthiness</i> ) Atlet Selebriti Endorser .....	12
2.1.4. Definisi <i>Brand Attitude</i> .....	13
2.1.5. Definisi Niat Beli Konsumen.....	13
2.2. Studi Penelitian Terdahulu .....	14
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	25
2.3.1. Pengaruh <i>Expertise</i> Atlet Selebriti Endorser terhadap <i>Brand Attitude</i> .....	25
2.3.2. Pengaruh <i>Trustworthiness</i> Atlet Selebriti Endorser terhadap <i>Brand Attitude</i> .....	26
2.3.3. Pengaruh <i>Attractiveness</i> Atlet Selebriti Endorser terhadap <i>Brand Attitude</i> .....	26
2.3.4. Pengaruh <i>Brand Attitude</i> Sebagai Variabel Pemediasi Antara Kredibilitas Atlet Selebriti Endorser dan Niat Beli Konsumen .....	27
2.3.5. Pengaruh Langsung <i>Expertise</i> Atlet Selebriti Endorser terhadap Niat Beli Konsumen .....	28
2.3.6. Pengaruh Langsung <i>Trustworthiness</i> Atlet Selebriti Endorser terhadap Niat Beli Konsumen.....	28

2.3.7 Pengaruh Langsung Attractiveness Atlet Selebriti Endorser terhadap Niat Beli Konsumen .....	29
2.4. Model Kerangka Penelitian .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1. Data dan Sumber Data .....	30
3.2. Prosedur Pengumpulan Data.....	31
3.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	31
3.4. Metode Pengukuran Data .....	32
3.5. Uji Instrumen Penelitian .....	32
3.5.1. Uji Validitas .....	32
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	33
3.6. Metode Analisis Data .....	33
3.6.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	34
3.6.2. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	34
3.6.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.6.4. Pengujian Variabel Mediasi .....	37
<b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>	<b>39</b>
4.1. Pengujian Instrumen .....	39
4.2. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	41
4.3. Analisis Regresi .....	43
4.3.1. Pengaruh Kredibilitas Atlet Selebriti Endorser pada <i>Brand Attitude</i> .....	43
4.3.2. Pengaruh <i>Brand Attitude</i> Terhadap Niat Beli Konsumen.....	45
4.4. Pengujian Variabel Mediasi.....	46
4.5. Pembahasan .....	48
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>50</b>
5.1. Kesimpulan .....	50
5.2. Implikasi Manajerial .....	52
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Studi Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
Tabel 4.2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.4. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	35
Tabel 4.5. Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Kredibilitas Atlet Selebriti Endorser pada Brand Attitude.....	36
Tabel 4.6. Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Brand Attitude pada Niat Beli Konsumen.....	37
Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Kredibilitas Endorser pada Niat Beli Konsumen .....	38
Tabel 4.8. Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Kredibilitas Endorser dan Brand Attitude pada Niat Beli Konsumen.....	39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.Kerangka Model Penelitian.....	24
Gambar 3.1.Hubungan Antara Variabel Independen, Mediator, dan Dependen .....	30
Gambar 4.1. <i>Partial Mediation</i> .....	40





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran III	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden
Lampiran IV	Analisis Regresi
Lampiran V	Data Jawaban Responden
Lampiran VI	Tabel Distribusi R



**PENGARUH ATLET SELEBRITI ENDORSER TERHADAP  
NIAT BELI KONSUMEN:  
PENGUJIAN VARIABEL *BRAND ATTITUDE* SEBAGAI  
VARIABEL PEMEDIASI**

Disusun oleh:  
Daniel Andy Setiawan  
NPM: 12 03 19789

Pembimbing  
Dr. J. Ellyawati, MM.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kredibilitas atlet selebriti endorser yang dapat mempengaruhi niat beli konsumen *Jersey Chevrolet Manchester United* di Yogyakarta dengan *brand attitude* sebagai variabel pemediasi. Responden pada penelitian ini adalah masyarakat di Yogyakarta yang merupakan *fans* dari klub sepak bola Manchester United dan mengetahui Wayne Rooney sebagai model iklan *Jersey Chevrolet Manchester United*. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sejumlah 250 kepada para responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis deskriptif statistik, analisis regresi berganda, serta analisis regresi sederhana dengan bantuan program SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas atlet selebriti endorser secara langsung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada niat beli konsumen, dan *brand attitude* terbukti sebagai *partial mediation* atau berfungsi memediasi secara parsial hubungan antara kredibilitas atlet selebriti endorser dan niat beli konsumen.

Kata kunci: Kredibilitas Endorser, *Expertise*, *Trustworthiness*, *Attractiveness*, *Brand Attitude*, dan Niat Beli Konsumen.